

**ÉVALUATION DES
MARCHÉS D'EXPORTATION**

OCTOBRE 1999

**PRODUITS LAITIERS
À VALEUR AJOUTÉE**

RÉPUBLIQUE DE CORÉE



**SECTION DU SECTEUR LAITIER
Direction des services à l'industrie agricole
Direction générale des services à
l'industrie et aux marchés**



Agriculture et
Agroalimentaire Canada

Canada

LE MARCHÉ RÉPUBLIQUE DE CORÉE DES PRODUITS LAITIERS À VALEUR AJOUTÉE

La rédaction de ce rapport a été rendue possible grâce à la contribution de plusieurs personnes et groupes du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, de la Direction générale des services à l'industrie et aux marchés d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, et de l'Agence canadienne d'inspection des aliments.

OCTOBRE 1999

D'autres rapports sur les pays suivants sont aussi disponibles :

BRÉSIL (janvier 1997)

PHILIPPINES (janvier 1997)

AFRIQUE DU SUD (juin 1997)

ÉMIRATS ARABES UNIS (novembre 1997)

CHINE (mai 1998)

CHILI (février 1999)

Prière d'adresser vos commentaires ou suggestions à :

Pierre Doyle, P. Ag.

Division de l'industrie animale, Section du secteur laitier
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Agriculture et Agroalimentaire Canada
2200, chemin Walkley, Ottawa (Ontario), K1A 0C5
Téléphone : (613) 759-6264
Télécopieur : (613) 759-6313
Courriel : doylep@em.agr.ca

Ce rapport a été coordonné et produit par :

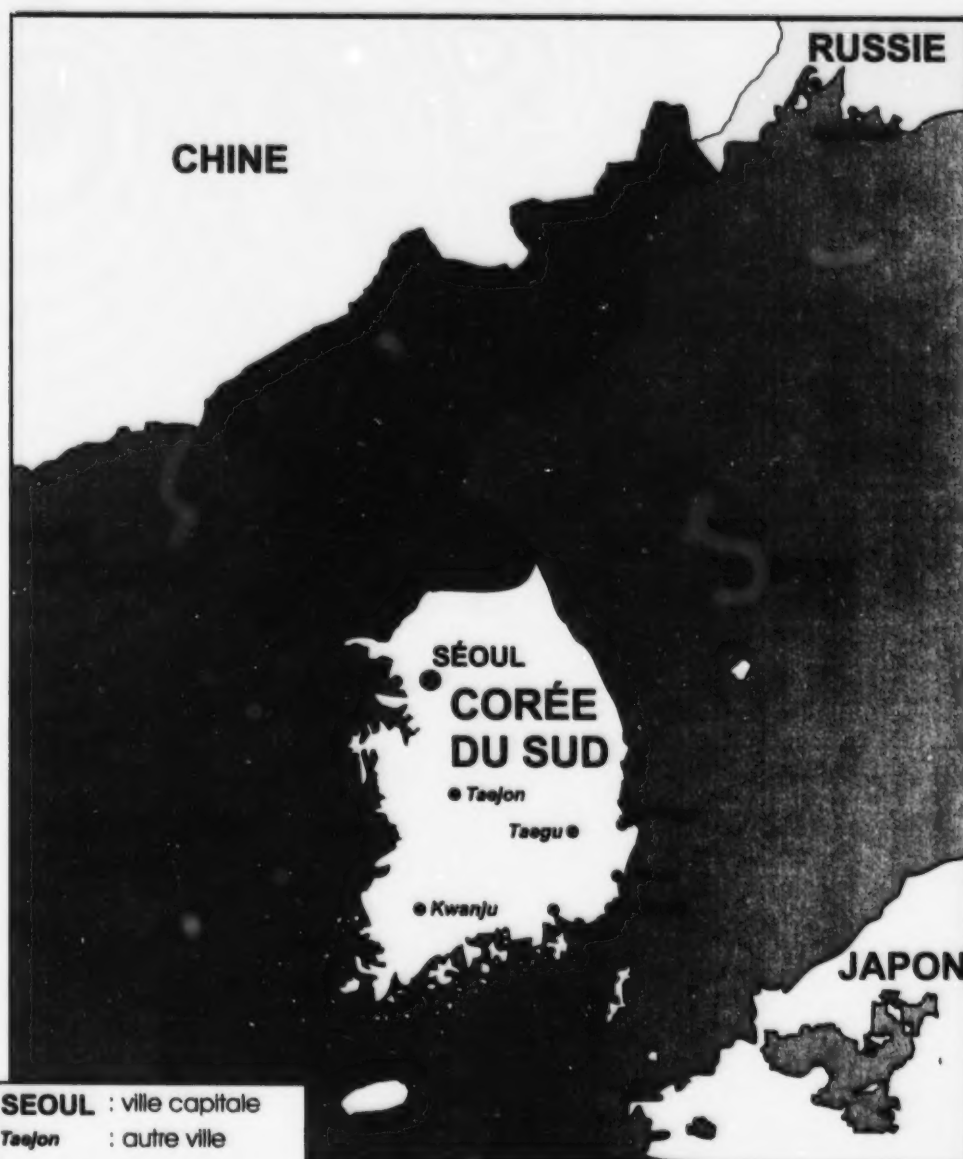
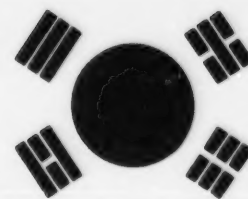
Florence Pelet, analyste de marché

Division de l'industrie animale, Section du secteur laitier
Direction générale des services à l'industrie et aux marchés
Agriculture et Agroalimentaire Canada
2200, chemin Walkley, Ottawa (Ontario), K1A 0C5
Téléphone : (613) 759-6267
Télécopieur : (613) 759-6313
Courriel : peletf@em.agr.ca

AVERTISSEMENT

Bien que tout ait été mis en oeuvre pour assurer la justesse de l'information contenue dans ce rapport, Agriculture et Agroalimentaire Canada n'assume aucune responsabilité quant à son exactitude ou à sa fiabilité, ni à l'égard de toute décision prise en fonction de cette information.

RÉPUBLIQUE DE CORÉE



SEOUL : ville capitale
Taejon : autre ville
INCHON : port majeur
Kunsan : port secondaire

RÉSUMÉ

En 1997 et en 1998, la Corée a subi une récession qui a causé une forte hausse du taux d'inflation. Cette hausse de l'inflation s'est accompagnée d'une diminution du revenu disponible, et le taux de chômage a atteint un record de près de 9 p. 100 en mars 1999. En mai 1999, le taux de chômage est redescendu à 6,5 p. 100, et l'on prévoit un taux de croissance du PIB de 4 p. 100 pour l'année 1999.

La population coréenne compte environ 45,3 millions de personnes, et son taux de croissance est de 1 p. 100 par année. C'est la tranche des 40 à 59 ans qui croît le plus rapidement, signe d'un vieillissement démographique. Plus de 80 p. 100 de la population sud-coréenne vit dans les régions urbaines.

Après une croissance constante de 1993 à 1997, la production coréenne de lait est légèrement descendue en 1998 pour totaliser 1,9 million de tonnes. On s'attend à ce qu'elle regagne le terrain perdu au cours de la dernière année, au fur et à mesure que la république de Corée sort de la récession. Le nombre total de vaches laitières se chiffrait à 109 000 en 1998, en légère baisse par rapport à 1997.

Au niveau du secteur de la transformation, l'industrie nationale de la crème glacée est importante. Le moteur de la croissance du marché demeure la glace de consommation à base d'eau, que de nombreux consommateurs trouvent plus rafraîchissante que la crème glacée. Le type de fromage le plus populaire est le fromage fondu en tranches. La production de yogourt se répartit en deux sortes: yogourt ferme et yogourt à boire.

La génération la plus âgée demeure attachée au confucianisme et aux traditions alimentaires. Les jeunes s'occidentalisent et réclament de plus en plus des produits de restauration rapide. D'ailleurs, la plupart des grandes chaînes américaines de restauration rapide ont ouvert des franchises en république de Corée.

Les consommateurs sud-coréens perçoivent les produits laitiers étrangers comme des produits de qualité. En raison d'un relâchement des restrictions commerciales et d'une augmentation du nombre d'entreprises important directement des produits laitiers, le prix des importations a diminué. En 1998, le produit le plus populaire était le lait nature et le moins populaire, le lait concentré sucré, le fromage fondu se situant au milieu. Les consommateurs sud-coréens préfèrent un fromage peu salé à saveur douce.

En 1997 et en 1998, la république de Corée était largement déficitaire dans ses échanges commerciaux de produits laitiers principalement du fait de ses importations de produits de lactosérum, de fromage frais ainsi que de lactose et de sirop de lactose. Les trois principales exportations de la république de Corée en 1998 ont été la crème glacée et autres glaces de consommation, le yogourt ainsi que la poudre de lait entier et de crème. La Corée exporte des produits laitiers principalement vers la Russie, les Pays-Bas et l'Indonésie.

Les exportations de produits laitiers vers la République de Corée se sont accrues depuis la mise en oeuvre, en Corée, de mesures de libéralisation du commerce intérieur et extérieur. En 1998, les exportations canadiennes de produits laitiers vers la République de Corée étaient composées à 90 p. 100 de beurre, de fromages fins et de fromage frais. Durant le premier trimestre de 1999, les fromages fins, les produits du lactosérum et le beurre ont été nos seules exportations de produits laitiers.

En 1998, les produits laitiers canadiens représentaient 2,6 p. 100 des importations laitières sud-coréennes, alors que la part des États-Unis était de 23 p. 100. Les principaux pays concurrents du Canada sont, en ordre décroissant : les États-Unis, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, les Pays-Bas et la France.

En République de Corée, les principaux points de distribution des produits laitiers sont les supermarchés. Les hôtels et les restaurants achètent leurs produits laitiers du Centre d'approvisionnement des hôtels touristiques de la Corée ou en importent directement. Les restaurants achètent aussi des produits laitiers du Centre d'approvisionnement des restaurants de la Corée mais pas les hôtels. En 1997, les supermarchés occupaient 12 p. 100 du marché de détail de l'alimentation, et l'on s'attend à ce que leur part atteigne entre 20 et 30 p. 100 en l'an 2001.

Des sociétés étrangères comme Price Club (É.-U.), Carrefour (France) et Makro (Pays-Bas), portées par la vague de popularité des supermarchés nationaux, ont implanté leurs propres magasins, chacun étant doté de son propre service d'achats à l'étranger, ce qui réduit les coûts d'importation et augmente la quantité globale de produits laitiers importés en République de Corée.

Le réseau de distribution sud-coréen est assez fragmenté et inefficace. Par conséquent, les exportateurs canadiens pourraient juger préférable de se concentrer d'abord sur certaines régions plutôt que d'essayer de couvrir tout le pays. Les deux canaux de distribution privilégiés par les fabricants étrangers sont leurs propres agents des ventes et les grossistes du secteur de l'alimentation.

Le mode de transport le plus fréquemment utilisé pour les produits laitiers sont les camions frigorifiques. Cependant, l'infrastructure routière est sous-développée. Il y a trois principaux ports de mer sur la côte ouest et quatre sur la côte méridionale.

En ce qui a trait aux normes d'exportations de produits laitiers, les autorités de la république de Corée reconnaissent les normes sanitaires canadiennes et acceptent les certificats d'exportation canadiens. L'information donnée sur l'étiquette doit être fournie dans la langue de l'exportateur et en coréen. Tous les produits laitiers sont assujettis à une inspection sanitaire réalisée au moyen d'analyses de laboratoire. Le premier envoi est toujours soumis à une inspection précise comportant une durée maximale d'analyse de 18 jours. Le dédouanement est une procédure de un ou deux jours.

Les fournisseurs canadiens doivent être conscients de l'importance des questions de santé pour les consommateurs sud-coréens. Bien que des renseignements nutritionnels ou reliés à la santé ne soient pas exigés sur l'étiquette par la République de Corée, il est recommandé d'en fournir pour éclairer les consommateurs. Les fournisseurs canadiens doivent aussi veiller particulièrement à ce que toute la documentation qui se rapporte aux produits laitiers importés soit complète et exacte. Ces documents étant examinés scrupuleusement, le moindre écart peut être un motif de refus d'entrée.

En matière de promotion des produits, deux foires où figurent les produits laitiers ont lieu chaque année en République de Corée, soit : la Foire internationale de la technologie alimentaire de Séoul, qui a lieu au mois d'avril et la Foire internationale des chaînes d'alimentation de Séoul, qui se déroule en octobre. Les canaux de publicité de masse sont : la télévision, les journaux et les magazines d'affaires.

Être représenté sur place est essentiel au succès de l'investissement étranger en République de Corée. À cause de la barrière linguistique et du réseau serré et bien établi de relations internes qui existe dans la société et le monde des affaires, il est extrêmement difficile de pénétrer ce marché sans être représenté par un agent coréen qualifié. Les principaux renseignements et documents que l'exportateur canadien doit détenir lors du contact initial sont : des catalogues, des brochures, des échantillons, des listes de prix et la valeur nutritive de ses produits. Il existe des programmes spéciaux financés par l'État sud-coréen qui sont offerts aux fournisseurs étrangers désireux d'obtenir de l'information sur les marchés ou d'établir des franchises.

En conclusion, l'occidentalisation croissante des goûts des consommateurs, surtout chez les jeunes, et l'augmentation notable du nombre de familles à double revenu créent des opportunités pour les produits laitiers à valeur ajoutée tels que la crème glacée ou le fromage dans les secteurs des restaurants, de l'alimentation fine et de la restauration rapide.

TABLE DES MATIÈRES

1. – SITUATION POLITICO-ÉCONOMIQUE	Page 1
2. – MARCHÉ INTÉRIEUR	Page 2
2.1. – Production	Page 2
2.2. – Transformation	Page 3
2.3. – Particularités du marché	Page 4
2.4. – Consommation de produits laitiers	Page 5
2.5. – Commerce	Page 6
2.5.1. – Importations et exportations mondiales	Page 6
2.5.2. – Position du Canada	Page 9
2.5.3. – Concurrence	Page 12
2.6. – Réseau de distribution	Page 17
3. – ACCÈS AU MARCHÉ	Page 18
3.1. – Procédures d'exportation	Page 18
3.2. – Tarifs et droits	Page 23
4. – DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS	Page 25
4.1. – Publicité et promotion des ventes	Page 25
4.2. – Techniques de vente	Page 25
5. – CONCLUSION	Page 27
6. – ANNEXES	Page 28
ANNEXE 1. – PRIX DE DÉTAIL POUR LES PRINCIPAUX PRODUITS LAITIERS	Page 29
ANNEXE 2. – FABRICANTS RÉPUBLIQUE DE CORÉE DE PRODUITS LAITIERS	Page 30
ANNEXE 3. – ENTREPRISES DE FRANCHISE INTERNATIONALES	Page 31
ANNEXE 4. – NORMES ET EXIGENCES POUR LE LAIT	Page 33
ANNEXE 5. – MÉTHODES D'ANALYSE	Page 36
ANNEXE 6. – PERSONNES RESSOURCE.	Page 39

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1.- Production laitière en République de Corée	Page 2
Tableau 2.- Nombre d'animaux laitiers	Page 2
Tableau 3.- Principales entreprises laitières en République de Corée	Page 3
Tableau 4.- Les six villes les plus peuplées en République de Corée	Page 4
Tableau 5.- Consommation de produits laitiers en République de Corée	Page 6
Tableau 6.- Commerce des produits laitiers en République de Corée de 1996 à 1998 ..	Page 7
Tableau 7.- Principaux fournisseurs de produits laitiers (en quantité) à la République de Corée – 1998	Page 13
Tableau 8.- Importations sud-coréennes de fromage râpé et en poudre de 1996 à 1998 (dollars US)	Page 13
Tableau 9.- Importations sud-coréennes de fromage frais de 1996 à 1998 (dollars US) .	Page 14
Tableau 10.- Importations sud-coréennes de fromage fondu, non râpé ni en poudre de 1996 à 1998 (dollars US)	Page 14
Tableau 11.- Importations sud-coréennes de lactose et de sirop de lactose de 1996 à 1998 (dollars US)	Page 15
Tableau 12.- Importations sud-coréennes de beurre de 1996 à 1998 (dollars US)	Page 15
Tableau 13.- Importations sud-coréennes de produits du lactosérum de 1996 à 1998 (dollars US)	Page 16
Tableau 14.- Importations sud-coréennes de crème glacée et autres glaces de consommation de 1996 à 1998 (dollars US)	Page 16
Tableau 15.- Taux tarifaire de la nation la plus favorisée de l'OMC pour les produits laitiers	Page 23
Tableau 16.- Liste des contingents tarifaires de la République de Corée	Page 24

1. – SITUATION POLITICO-ÉCONOMIQUE

Entre 1962 et 1996, le taux de croissance du PIB en République de Corée s'est chiffré en moyenne à 7,3 p. cent par année, l'un des taux les plus élevés au monde. Quittant ainsi le tiers monde, la République de Corée s'est hissée au rang des pays nouvellement industrialisés par l'application de politiques de développement industriel axées sur l'exportation et, phénomène qui lui est propre, par la mise sur pied de « chaebol ». Un « chaebol » est un groupe sélect de conglomerats d'ingénierie et de transformation, auquel le gouvernement a offert une aide considérable pour être compétitif sur le marché mondial. Les « chaebol » dominent toutes les grandes industries du pays.

En 1997 et en 1998, la Corée a subi une récession qui a fait baisser ses réserves de devises étrangères et provoqué une contraction du marché. Le taux d'inflation est passé de 4,5 p. 100 en 1997 à 9,5 p. 100 l'année suivante. Cette forte hausse de l'inflation s'est accompagnée d'une diminution du revenu disponible, et le taux de chômage a atteint un record de près de 9 p. 100 en mars 1999. En 1997, la croissance du PIB est tombée à 5,5 p. 100 et le taux de change a grimpé à près de 2 000 won par dollar américain.

La reprise économique amorcée au début de 1999 a ramené le taux de change à 1 200 won par dollar américain. En mai, le taux de chômage est redescendu à 6,5 p. 100, et l'on prévoit un taux de croissance du PIB de 4 p. 100 pour l'année. La majoration des taux d'intérêt et le resserrement du crédit par le secteur financier coréen ont servi de mesures de stabilisation, qui ont eu pour effet d'augmenter les réserves de devises et de réduire le taux de change.

La politique industrielle adoptée par la République de Corée durant la période de transition qui a duré jusqu'à la fin des années 1980 et qui l'a hissée au rang des pays nouvellement industrialisés était extrêmement protectionniste : économie fermée fondée sur l'autosuffisance et sur l'imposition de fortes restrictions à l'importation. L'industrie alimentaire, y compris le secteur laitier, était contrôlée et réglementée par l'État dans le but de protéger les producteurs contre la concurrence étrangère. Reconnaisant sa dépendance envers le commerce extérieur, la République de Corée a entrepris de participer plus activement au commerce mondial. Son approche positive envers le système multilatéral et son développement économique fulgurant ont favorisé son admission au sein de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) en octobre 1996. Elle est signataire de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT) depuis 1967 et l'un des membres fondateurs de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). Grâce à la libéralisation du commerce et à la déréglementation des entraves commerciales, l'investissement étranger s'est accru là-bas.

2. – MARCHÉ INTÉRIEUR

2.1. – Production

Après une croissance constante de 1993 à 1997, la production coréenne de lait est légèrement descendue en 1998 (tableau 1). L'une des raisons de ce fléchissement a été la baisse de la demande de produits laitiers occasionnée par une diminution du revenu disponible. En 1998, la production de lait cru a totalisé 1,9 million de tonnes.

Comparativement à la production de lait de vache, celle de lait de chèvre est négligeable. En effet, la quantité produite chaque année est environ 250 fois moindre, bien que le nombre de chèvres soit le double du nombre de vaches (tableau 2). On s'attend à ce que la production de lait regagne le terrain perdu au cours de la dernière année, au fur et à mesure que la république de Corée sort de la récession.

Tableau 1. – Production laitière en République de Corée

Type de lait en millions de tonnes métriques	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Lait de vache	1,8	1,9	2	2,1	2,2	1,9
Lait de chèvre	0,005	0,006	0,01	0,01	0,01	0,01
Production totale	1,805	1,906	2,006	2,106	2,206	1,906

Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

Comme on le voit dans le tableau 2, le nombre total d'animaux laitiers se chiffrait à 409 000 en 1998, en légère baisse par rapport à 1997. Cette diminution du cheptel était la troisième à survenir depuis 1995. Ce phénomène s'explique en partie par la disparition de certaines fermes provoquée par une augmentation de la concurrence sur le marché intérieur due à une offre croissante de produits laitiers étrangers. La réduction des tarifs douaniers et des obstacles non tarifaires frappant les produits laitiers importés, à la suite des engagements pris par la République de Corée envers le GATT et l'OMC, a ouvert la porte à une plus grande concurrence étrangère. Une autre raison de la baisse du nombre de vaches laitières est l'urbanisation de la population, qui s'accompagne d'une diminution du nombre de fermes laitières.

Tableau 2. – Nombre d'animaux laitiers

Type	1995	1996	1997	1998
Vaches	118 000	115 000	109 000	109 000
Chèvres	315 000	310 000	310 000	300 000
Total	433 000	425 000	419 000	409 000

Source : Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture

2.2. – Transformation

À l'échelle internationale, la République de Corée a réussi à nouer des partenariats avec de grandes multinationales de l'alimentaire. Ces partenariats, en même temps que la levée de restrictions commerciales, ont permis aux transformateurs laitiers sud-coréens d'obtenir des investissements étrangers pour moderniser leur industrie.

Le gouvernement planifie actuellement l'application d'un vaste programme de privatisation qui devrait profiter à l'industrie laitière. Maeil Dairy Co. est un transformateur laitier qui a été privatisé en 1998. Peu de transformateurs laitiers sud-coréens sont connus à l'extérieur du pays à cause du contrôle exercé par l'État dans le passé, du fait de leur absence des salons commerciaux internationaux de l'alimentation et parce qu'elles n'ont pas de filiales étrangères. Les principaux transformateurs laitiers de République de Corée, ainsi que leurs produits, sont énumérés dans le tableau 3.

Tableau 3. – Principaux transformateurs laitiers en République de Corée

Nom de la société	Produits laitiers
Séoul Dairy Cooperative	Lait UHT, fromage fondu, yogourt, beurre et lait concentré sucré
Maeil Dairy Co.	Lait UHT, lait maternisé, yogourt, fromage et beurre
Nam Yang Dairy Co.	Lait UHT, lait maternisé et fromage
Haitai Dairy Co.	Lait UHT, crème glacée, fromage et beurre
Bingrae Dairy Co.	Lait UHT, yogourt et crème glacée
Lotte Milk Co.	Lait UHT, crème glacée, fromage et beurre
Hankuk Yakurt Milk Co.	Lait UHT, yogourt et boissons gazeifiées à base de lait
Sam Yang Foods	Lait UHT, fromage et beurre
Pasteure Milk Co.	Lait pasteurisé, lait maternisé et yogourt
Baskin-Robbins	Crème glacée

Source : Ambassade canadienne à Séoul, Jong-Hoon Kim, agent commercial

L'industrie nationale de la crème glacée est importante, son taux de croissance ayant atteint 12,8 p. 100 en 1998. La crème glacée et les autres glaces de consommation constituent la plus grande exportation laitière de la République de Corée (voir tableau 6), avec une part de 43 p. 100. Les confiseurs locaux (Lotte et Haitai) dominent le secteur de la crème glacée. La multinationale Baskin-Robbins s'est établie dans les grands centres comme Séoul et Pusan. Elle vend de la barbotine l'été et de la crème glacée à longueur d'année. Toutefois, le moteur de la croissance du marché demeure la glace de consommation à base d'eau, que de nombreux consommateurs trouvent plus rafraîchissante que la crème glacée.

En 1998, la production fromagère a totalisé 24,9 tonnes. Le type de fromage le plus populaire est le fromage fondu en tranches. Le fromage est majoritairement produit localement, cependant des quantités croissantes sont importées chaque année (tableau 6). La production de yogourt (ferme et à boire) s'est chiffrée à 495 300 tonnes.

2.3. – Particularités du marché

La population coréenne compte environ 45,3 millions de personnes, et son taux de croissance est de 1 p. 100 par année. Le groupe des 14 ans et moins constitue 23 p. 100 de la population, celui des 15 à 65 ans, 71,2 p. 100 et celui des 65 ans et plus, 5,6 p. 100. C'est la tranche des 40 à 59 ans qui croît le plus rapidement, signe d'un vieillissement démographique. Ce phénomène ressemble à ce que l'on observe dans les pays industrialisés, mais pas dans la majeure partie de l'Asie.

Les six villes les plus peuplées sont Séoul, Pusan, Taegu, Inchon, Kwanju et Taejon (se reporter à la carte de la première page). On y trouve 49,5 p. 100 de la population (tableau 4), dont plus de 80 p. 100 vit dans les régions urbaines. Séoul, la capitale, abrite 24,1 p. 100 de la population; elle se classe au dixième rang mondial pour le nombre d'habitants. Cette forte concentration démographique forme une nombreuse clientèle et, de ce fait, une large base commerciale pour les entreprises étrangères qui s'installent en Corée.

Tableau 4. – Les six villes les plus peuplées en République de Corée

Ville	Nombre d'habitants en 1998 (millions)	Population (%) (pop. tot. : 45,3 millions d'habitants)
Séoul	10,9	24,1
Pusan	3,9	8,6
Taegu	2,5	5,5
Inchon	2,4	5,3
Kwanju	1,4	3,1
Taejon	1,3	2,9
Total	22,4	49,5

Source : *Travel Document Systems*, site Internet

Sur le plan culturel, la génération la plus âgée (les 40 ans et plus) demeure attachée au confucianisme et aux traditions alimentaires. Les jeunes (les 12 à 25 ans) s'occidentalisent et réclament de plus en plus des produits de restauration rapide, comme la crème glacée, la pizza et les burgers. Toutefois, à l'extérieur des restaurants-minute, les produits laitiers ne sont pas encore une denrée courante en République de Corée, de sorte qu'ils restent chers et difficiles à trouver chez les détaillants.

La plupart des grandes chaînes américaines de restauration rapide ont ouvert des franchises en république de Corée. Les plus populaires sont Kentucky Fried Chicken, McDonald's, Pizza Hut, Domino's Pizza, Wendy's, Hardee's et Sizzler (voir annexe 3 pour les coordonnées). Ces établissements sont en train de modifier le régime et les habitudes alimentaires des Sud-Coréens en stimulant la demande d'aliments laitiers prêts à manger et en augmentant le nombre de repas pris à l'extérieur du foyer. Le succès des chaînes de restauration rapide a aussi pour effet d'y accroître les importations de fromage mozzarella et cheddar, ce qui devrait mener à un meilleur accès aux produits laitiers étrangers sur le marché sud-coréen.

2.4. – Consommation de produits laitiers

En 1997 et en 1998, la Corée a vécu une récession qui a fait baisser le revenu réel des ménages. Comme le prix de détail des produits laitiers est relativement élevé, la baisse de revenu a provoqué une diminution de la production, de la consommation et de l'importation de produits laitiers. Seule la demande de yogourt a continué de monter, le yogourt étant considéré par les consommateurs comme un produit bon pour la santé. Depuis le début de 1999, la République de Corée sort graduellement de la récession, ce qui laisse présager une augmentation de la consommation de produits laitiers cette année.

Les consommateurs sud-coréens perçoivent les produits laitiers étrangers comme des produits de qualité. En raison d'un relâchement des restrictions commerciales et d'une augmentation du nombre d'entreprises important directement des produits laitiers, le prix des importations a diminué. Bien que les produits laitiers étrangers demeurent plus chers que ceux du pays, leur consommation s'est accrue en 1998.

En 1998, le produit le plus populaire était le lait nature, avec un total de 1,4 million de tonnes métriques, et le moins populaire, le lait concentré sucré, avec 3 000 tonnes (tableau 5), le fromage fondu se situant au milieu, avec 25 000 tonnes.

Tableau 5. – Consommation de produits laitiers en République de Corée en 1998

Produit	Consommation (tonnes métriques)
Lait nature	1 400 000
Lait transformé	250 000
Poudre de lait écrémé	30 000
Lait maternisé	25 000
Fromage fondu	25 000
Poudre de lait entier	5 000
Beurre	4 000
Lait concentré sucré	3 000

Source : Ambassade canadienne à Séoul, Jong-Hoon Kim, agent commercial

Un sondage mené par les industriels sud-coréens en 1997 a révélé que les consommateurs préféraient un fromage peu salé à saveur douce. La concentration de sel que l'on préfère est 0,8 p. 100 pour le mozzarella et de 0,5 à 0,7 p. 100 pour le cheddar. Ce même sondage a montré l'importance des petits formats d'emballage pour les consommateurs.

2.5. – Commerce

2.5.1. – Importations et exportations mondiales

Le tableau suivant (tableau 6) donne un aperçu du commerce sud-coréen des produits laitiers au cours des trois dernières années.

Tableau 6. - Commerce des produits laitiers en République de Corée de 1997 à 1998

Tableau 6. - Commerce des produits laitiers en République de Corée de 1997 à 1998

Produit	1997		1998		1997		1998		1998	
	TONNES MÉTRIQUES				MILLIONS DE DOLLARS US					
	Impor-tations	Expor-tations	Impor-tations	Expor-tations	Impor-tations	Expor-tations	Impor-tations	Expor-tations	Principal importateur de la Corée	Principal exportateur vers la Corée
Crème glacée et autres glaces de consommation	3 500	6 100	1 100	2 200	10,80	13,40	3,90	4,90	Russie	États-Unis
Yogourt	500	1 700	50	2 000	1,00	1,70	0,15	1,80	Pays-Bas	Pays-Bas
Poudre de lait entier et de crème, non sucrée	400	30	200	700	1,00	0,05	0,50	40	Indonésie	Nouvelle-Zélande
Poudre de lait écrémé	1 900	70	2 600	210	4,00	0,13	4,30	0,25	Chine	Australie
Produits du lactosérum	23 200	0	22 000	40	20,30	0,00	18,00	0,02	Russie	États-Unis
Lait concentré sucré	0	1	0	30	0,00	0,00	0,00	0,02	S/O	Russie
Caséine et dérivés	4 600	10	4 200	10	2,90	0,07	2,00	0,06	Singapour	Nouvelle-Zélande
Beurre et autres matières grasses du lait	1 100	2	520	7	2,30	0,01	1,10	0,05	Chine	Nouvelle-Zélande
Poudre de babeurre	15	0	15	5	0,05	0,00	0,05	0,00	Allemagne	Australie

	1997		1998		1997		1998		1998	
	TONNES MÉTRIQUES				MILLIONS DE DOLLARS US					
Produit	Impor- tations	Expor- tations	Impor- tations	Expor- tations	Impor- tations	Expor- tations	Impor- tations	Expor- tations	Principal importateur de la Corée	Principal exportateur vers la Corée
Fromage frais	15 800	2	9 900	0	46,50	0,01	25,50	0,00	<i>Pays-Bas</i>	Australie
Fromage râpé ou en poudre	510	0	280	0	2,60	0,00	1,20	0,00	<i>Australie</i>	États-Unis
Fromage fondu non râpé ni en poudre	1 000	40	1 150	0	4,50	0,09	45,0	0,00	<i>Suède</i>	États-Unis
Autres fromages de fins	1 850	50	1 900	0	6,00	0,30	6,00	0,00	<i>Russie</i>	Australie
Fromages à pâte persillée	1	0	1	0	0,00	0,00	0,00	0,00	<i>S/O</i>	Australie
Lait concentré non sucré	2	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00	<i>S/O</i>	États-Unis
Lactose et sirop de lactose	12 000	0	12 000	0	9,00	0,00	8,50	0,00	<i>États-Unis</i>	États-Unis
Total					111,00	15,80	75,70	7,50		
Balance commerciale des produits laitiers					-95,2		-68,2			

Source : *World Trade Atlas*, édition Internet

Source : World Trade Atlas, édition
Internet

En 1997 et en 1998, la Corée était largement déficitaire dans ses échanges commerciaux de produits laitiers (tableau 6) principalement du fait de ses importations de produits de lactosérum, de fromage frais ainsi que de lactose et de sirop de lactose. En 1998, la valeur d'importation de ces trois groupes s'est élevée à 52 millions de dollars US, tandis que la Corée n'en a presque pas exporté. Les trois principales exportations de la république de Corée cette même année ont été la crème glacée et autres glaces de consommation, le yogourt ainsi que la poudre de lait entier et de crème. Leur valeur a totalisé 7 millions de dollars US, une valeur négligeable par rapport à celle des trois principales importations.

Avant que la République de Corée ne se joigne au GATT et à l'OMC et privatise son industrie laitière, les restrictions commerciales et les mesures prudentes de développement décrétées par l'État ont nui aux efforts d'expansion outre-mer de cette industrie. Depuis la privatisation et la déréglementation des entraves commerciales, les sociétés sud-coréennes prennent leur essor sur les marchés internationaux.

La Corée exporte des produits laitiers principalement vers la Russie, les Pays-Bas et l'Indonésie. En 1998, ces trois pays ont reçu 94 p. 100 des exportations sud-coréennes. À cause de la crise économique, les exportations sont tombées, de 16 millions de dollars US qu'elles étaient en 1997, à 7,5 millions en 1998. Les exportations de crème glacée et autres glaces de consommation ont diminué de 8,5 millions de dollars US en 1998. Par contre, les exportations de yogourt ne cessent d'augmenter depuis 1996, à raison de 20 p. 100 par année, reflet du dynamisme de l'industrie du yogourt au pays.

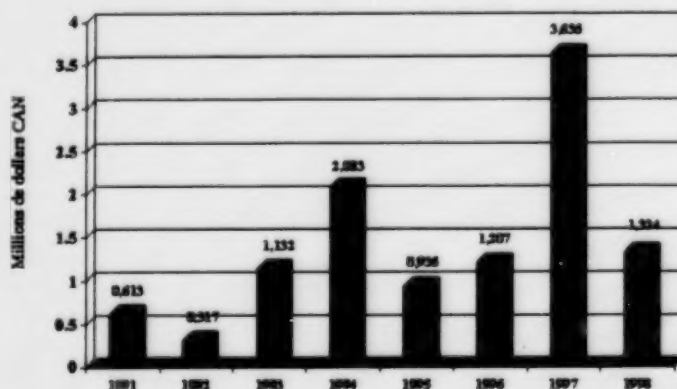
En 1998, la Corée a importé pour 76 millions de dollars US de produits laitiers de divers pays autour du monde. Les principaux fournisseurs sont les États-Unis, les Pays-Bas et la Nouvelle-Zélande. Ce montant représente une baisse de 35 millions de dollars US par rapport à 1997. Cette diminution des importations s'explique par la récession, qui a réduit le revenu disponible. Les importations de fromage frais ont chuté de 45 p. 100 ou de 21 millions de dollars US en 1998.

Les fromages fins ainsi que les fromages fondus ni râpés ni en poudre comprennent le mozzarella et d'autres types de fromage destinés au secteur de la restauration rapide. Depuis 1996, les importations de ces catégories de fromage augmentent en raison d'une occidentalisation croissante des moeurs des consommateurs et de l'implantation des restaurants-minute en République de Corée.

2.5.2. – Position du Canada

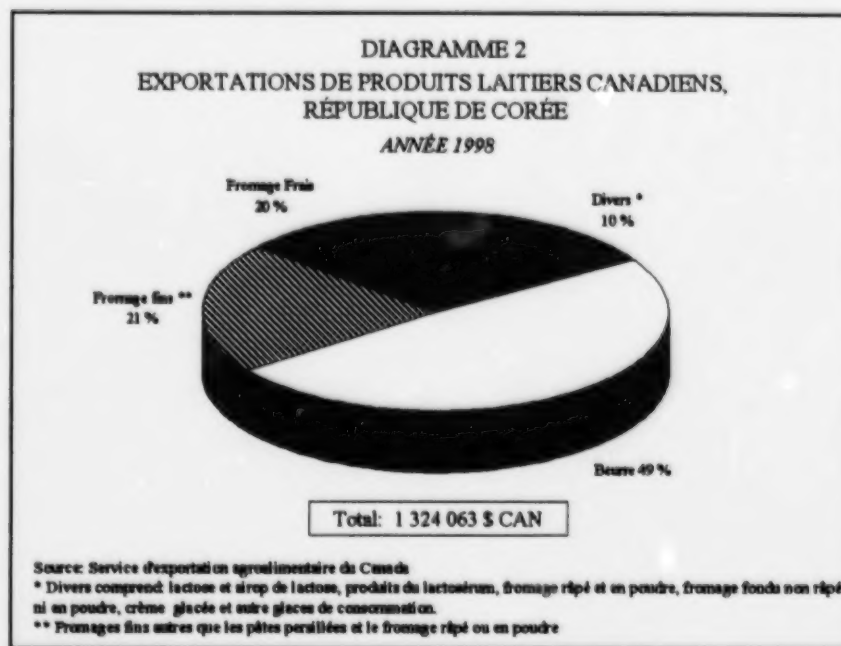
Durant la récession de 1998, les importations sud-coréennes de produits laitiers canadiens ont baissé de 800 tonnes, perte de 1,5 million de dollars US pour les exportateurs canadiens.

DIAGRAMME 1
EXPORTATIONS DE PRODUITS LAITIERS CANADIENS,
RÉPUBLIQUE DE CORÉE
1991-1998



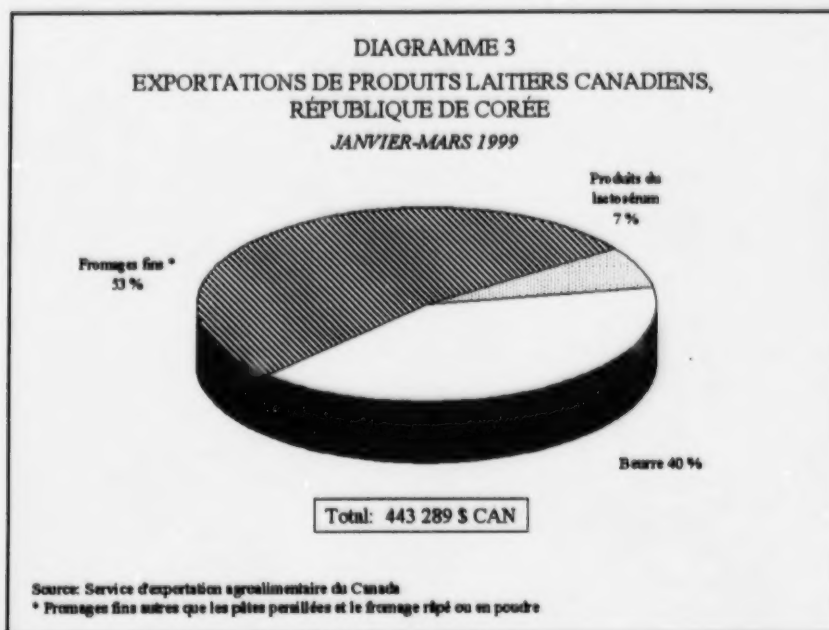
Source: Service d'exportation agroalimentaire du Canada

Les exportations canadiennes de produits laitiers en République de Corée ont augmenté de 1991 à 1998 (diagramme 1), malgré de légères baisses en 1992 et en 1995 dues au ralentissement de son économie. En 1998, elles ont dégringolé en raison de la récession et de la crise financière qui ont secoué ce pays. La meilleure année d'exportation pour le Canada dans ce domaine a été 1997, avec des exportations d'une valeur totale de 3,6 millions de dollars CAN. Les exportations de produits laitiers vers la République de Corée se sont accrues depuis la mise en oeuvre, en Corée, de mesures de libéralisation du commerce intérieur et extérieur.



En 1998, nos exportations de produits laitiers en République de Corée ont totalisé 560 tonnes pour une valeur de 1,3 millions de dollars CAN (diagramme 2). Elles étaient composées à 90 p. 100 de beurre, de fromages fins et de fromage frais. Par fromages fins, on entend surtout le mozzarella et d'autres fromages se prêtant à la restauration rapide.

À la fin de 1998, le Canada se classait au huitième rang des exportateurs de produits laitiers en République de Corée, derrière l'Australie, les États-Unis, la Nouvelle-Zélande, les Pays-Bas, la France, la Suède et le Danemark. Cette année-là, notre principale exportation a été le beurre. En effet, le Canada y a exporté 215 tonnes de beurre en 1998, hausse de 114 tonnes par rapport à 1997.



Durant le premier trimestre de 1999, la valeur de nos exportations de produits laitiers en République de Corée a totalisé 450 000 \$ CAN (diagramme 3), soit 33 p. 100 du total de l'année précédente. Les fromages fins, les produits du lactosérum et le beurre ont été nos seules exportations de produits laitiers durant cette période.

2.5.3. – Concurrence

En République de Corée, le Canada se heurte à une vive concurrence pour l'approvisionnement en produits laitiers. En 1998, les produits laitiers canadiens représentaient 2,6 p. 100 des importations laitières sud-coréennes, alors que la part des États-Unis était de 23 p. 100. Les principaux pays concurrents du Canada sont, en ordre décroissant : les États-Unis, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, les Pays-Bas et la France. Ces cinq pays fournissent 79 p. 100 des produits laitiers exportés dans ce pays. Ils se sont imposés sur ce marché en participant à des foires commerciales, en atténuant les restrictions sur les échanges commerciaux et en appliquant des programmes d'expansion des marchés.

Tableau 7. – Principaux fournisseurs de produits laitiers (en quantité) à la République de Corée – 1998

Produit laitier	Principal fournisseur	Rang du Canada
Fromage râpé ou en poudre	États-Unis	4
Fromage frais	Australie	5
Fromage fondu ni râpé ni en poudre	États-Unis	5
Lactose et sirop de lactose	États-Unis	5
Beurre	Nouvelle-Zélande	6
Produits du lactosérum	États-Unis	8
Crème glacée et autres glaces de consommation	États-Unis	11

Source : *World Trade Atlas*, édition Internet

En 1998, le Canada occupait le quatrième rang des pays exportateurs de fromage râpé et en poudre (tableau 7) et le huitième pour l'approvisionnement en produits du lactosérum, principale importation sud-coréenne dans le domaine laitier. Il se classait au cinquième rang des fournisseurs de fromage frais, de fromage fondu ni râpé ni en poudre ainsi que de lactose et sirop de lactose.

Les sept tableaux suivants énumèrent les concurrents du Canada pour chaque type de produit laitier exporté en République de Corée. En 1998, six des sept exportations canadiennes ont manifesté une baisse légère à importante à la suite de la crise économique sud-coréenne. L'exception a été le fromage fondu ni râpé ni en poudre, dont les ventes là-bas sont demeurées stables durant toute la période de 1996 à 1998.

Tableau 8. – Importations sud-coréennes de fromage râpé et en poudre de 1996 à 1998 (dollars US)

Rang et pays en 1998	1996 (milliers)	1997 (milliers)	1998 (milliers)
(4) Canada	395	68	0
(1) États-Unis	2 036	1 921	1 068
(2) Danemark	652	602	135
(3) Australie	24	9	3
Autres	59	0	0
Total	3 166	2 601	1 206

Source : *World Trade Atlas*, édition Internet

Depuis 1996, les exportations canadiennes de fromage râpé et en poudre vers la Corée n'ont cessé de diminuer et, en 1998, elles ont été nulles (tableau 8). Cette même année, les États-Unis ont fourni 89 p. 100 des importations sud-coréennes. Notons cependant que, depuis 1996, la quantité de fromage râpé et en poudre exportée dans ce pays diminue constamment.

Tableau 9. – Importations sud-coréennes de fromage frais de 1996 à 1998 (dollars US)

Rang et pays en 1998	1996 (milliers)	1997 (milliers)	1998 (milliers)
(5) Canada	737	2 833	1 472
(1) Australie	11 752	16 294	10 334
(2) NouvelleZélande	6 391	10 727	8 785
(3) États-Unis	11 997	11 556	2 901
Autres	6 133	5 231	1 923
Total	37 010	46 641	25 370

Source : *World Trade Atlas*, édition Internet

En 1998, tous les pays qui exportent du fromage frais vers la république de Corée ont vu leurs ventes diminuer sensiblement (tableau 9). L'Australie, la Nouvelle-Zélande et les États-Unis fournissent 88 p. 100 du fromage frais importé. Ce sont les États-Unis qui ont subi la plus forte baisse, qui a été de 75 p. 100 ou de 8,7 millions de dollars US. Bien que ses exportations de fromage frais aient diminué en 1998, le Canada est demeuré le seul exportateur de fromage frais en grains cette année-là.

Tableau 10. – Importations sud-coréennes de fromage fondu, ni râpé ni en poudre de 1996 à 1998 (dollars US)

Rang et pays en 1998	1996 (milliers)	1997 (milliers)	1998 (milliers)
(5) Canada	0	115	253
(1) États-Unis	1 623	2 347	2 384
(2) Australie	751	531	753
(3) Danemark	817	594	554
Autres	1 204	732	718
Total	4 395	4 319	4 662

Source : *World Trade Atlas*, édition Internet

Le Canada a commencé à exporter du fromage fondu ni râpé ni en poudre vers la République de Corée en 1997 et a plus que doublé son volume d'exportation en 1998 (tableau 10). Les États-Unis et l'Australie ont également vu leurs exportations de fromage fondu ni râpé ni en poudre augmenter en 1998. Le marché d'importation sud-coréen de ce type de fromage est demeuré stable durant la crise économique de 1998 grâce à l'implantation de franchises de chaînes étrangères de restauration rapide.

Table 11. – Importations sud-coréennes de lactose et de sirop de lactose de 1996 à 1998 (dollars US)

Rang et pays en 1998	1996 (milliers)	1997 (milliers)	1998 (milliers)
(5) Canada	511	418	155
(1) États-Unis	4 490	4 853	4 283
(2) Pays-Bas	2 119	1 755	1 557
(3) Nouvelle-Zélande	800	1 168	864
Autres	165	467	145
Total	8 696	9 173	7 423

Source: *World Trade Atlas*, édition Internet

Le tableau 11 montre que le Canada occupait le cinquième rang derrière les États-Unis, les Pays-Bas, la Nouvelle-Zélande et l'Allemagne pour les exportations de lactose et de sirop de lactose. Les ventes de ce groupe de produits en République de Corée ont dégringolé en 1998. Seules les exportations néo-zélandaises ont légèrement monté.

Tableau 12. – Importations sud-coréennes de beurre de 1996 à 1998 (dollars US)

Rang et pays en 1998	1996 (milliers)	1997 (milliers)	1998 (milliers)
(6) Canada	39	0	35
(1) Nouvelle-Zélande	1 086	1 783	662
(2) Australie	293	372	166
(3) États-Unis	32	27	130
Autres	2	114	292
Total	1 487	2 296	1 145

Source : *World Trade Atlas*, édition Internet

En 1998, on a assisté à une diminution marquée de la quantité de beurre importée par la République de Corée (tableau 12). Cette année-là, la Nouvelle-Zélande lui a fourni 58 p. 100 de ses importations de beurre, mais c'est elle qui a subi la plus forte baisse (63 p. 100). En 1997, la République de Corée n'a pas importé de beurre du Canada, mais, l'année suivante, elle lui en a acheté pour 35 000 \$ US.

Tableau 13. – Importations sud-coréennes de produits du lactosérum de 1996 à 1998 (dollars US)

Rang et pays en 1998	1996 (milliers)	1997 (milliers)	1998 (milliers)
(8) Canada	952	95	278
(1) États-Unis	7 493	7 176	8 200
(2) Pays-Bas	4 446	2 874	3 580
(3) France	7 597	8 304	2 994
Autres	463	1 864	2 909
Total	19 511	20 313	17 958

Source : *World Trade Atlas*, édition Internet

Comme le montre le tableau 13, les exportations canadiennes de produits du lactosérum ont subi une forte baisse en 1997, avant de se redresser l'année suivante. Depuis longtemps, la France est le principal fournisseur de la République de Corée, mais, en 1998, ses exportations ont chuté de 63 p. 100 tandis que celles des États-Unis ont augmenté de 12 p. 100, de sorte que ces derniers l'ont détrônée. D'autres pays, comme l'Australie, les Pays-Bas et l'Irlande, ont accru leur part de ce marché cette même année. Notons que les importations sud-coréennes de produits du lactosérum ont baissé entre 1996 et 1998.

Tableau 14. – Importations sud-coréennes de crème glacée et autres glaces de consommation de 1996 à 1998 (dollars US)

Rang et pays en 1998	1996 (milliers)	1997 (milliers)	1998 (milliers)
(11) Canada	23	0	0
(1) États-Unis	6 886	8 750	3 586
(2) Australie	450	1 064	165
(3) Italie	300	188	33
Autres	972	822	57
Total	8 631	10 824	3 841

Source : *World Trade Atlas*, édition Internet

Depuis 1996, les exportations américaines, australiennes, italiennes et canadiennes de crème glacée et autres glaces de consommation en République de Corée ont baissé sensiblement (tableau 14). Les exportations américaines et australiennes ont manifesté une légère augmentation en 1997, avant de dégringoler en 1998. Le Canada n'exporte pas de crème glacée ni autres glaces de consommation là-bas depuis 1996. En 1998, les États-Unis fournissaient 93 p. 100 des importations sud-coréennes.

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Direction générale des services à l'industrie et aux marchés

2.6. – Réseau de distribution

En République de Corée, les principaux points de distribution des produits laitiers sont les supermarchés. Les dépanneurs et les épiceries fines en offrent peu, et leurs prix y sont généralement plus élevés. Les hôtels et les restaurants achètent leurs produits laitiers du Centre d'approvisionnement des hôtels touristiques de la Corée (voir annexe 6 pour les coordonnées) ou en importent directement. Les restaurants achètent aussi des produits laitiers du Centre d'approvisionnement des restaurants de la Corée (voir annexe 6 pour les coordonnées), mais pas les hôtels.

La récession a causé des difficultés financières à de nombreux petits magasins, les acculant souvent à la faillite. Mais la crise financière qui a secoué ces commerces a ouvert la porte aux grands magasins de rabais et aux supermarchés, financés par les meneurs habituels du marché au détail de l'alimentation au pays, comme Lotte, Samsung et Lucky-Goldstar. En fait, seuls ces géants nationaux ou presque ont été capables de traverser la récession, et ils ont profité du succès des supermarchés pour s'implanter durablement. En 1997, les supermarchés occupaient 12 p. 100 du marché de détail de l'alimentation, et l'on s'attend à ce que leur part atteigne entre 20 et 30 p. 100 en l'an 2001.

Depuis 1995, les détaillants ont établi des canaux d'importation directs, ce qui a eu pour effet de réduire les coûts d'importation et de distribution. La plupart des grandes sociétés nationales de vente au détail des aliments, comme Lotte, Samsung et Lucky-Goldstar, ont créé de solides marchés locaux et n'importent rien. Toutefois, des détaillants étrangers et nationaux petits et moyens se servent d'importations pour accroître leur part de marché et leur compétitivité. Des sociétés étrangères comme Price Club (É.-U.), Carrefour (France) et Makro (Pays-Bas), portées par la vague de popularité des supermarchés nationaux, ont implanté leurs propres magasins, chacun étant doté de son propre service d'achats à l'étranger, ce qui réduit les coûts d'importation et augmente la quantité globale de produits laitiers importés en République de Corée.

En 1999, le pays comptait plus de 2 200 supermarchés (qui réalisent la majeure partie des ventes de produits alimentaires), 1 800 dépanneurs affiliés à des chaînes et 30 grands magasins de rabais. Comme la quantité et la diversité des produits laitiers réfrigérés disponibles ne cessent d'augmenter, ce sont les supermarchés qui disposent d'espace de vente suffisamment grand pour offrir tout l'éventail de ces produits qui réussissent le mieux.

Le Centre d'approvisionnement des hôtels touristiques de Corée (voir annexe 6 pour les coordonnées) importe des produits alimentaires pour les hôtels et les restaurants et les leur distribue. Ces établissements sont également en mesure d'importer directement de leurs fournisseurs étrangers. Cependant, une bonne partie de l'industrie hôtelière s'approvisionne auprès du Centre du fait que ses prix comportent une marge bénéficiaire moindre et que les actionnaires de nombreuses chaînes d'hôtel sont aussi des actionnaires du Centre.

Le réseau de distribution sud-coréen est assez fragmenté et inefficace. En effet, très peu de sociétés s'étant dotées d'un réseau national de distribution, les importateurs doivent généralement faire affaire avec un grand nombre de distributeurs de commerce de gros pour avoir accès à tous l'éventail des produits alimentaires importés. Ces pertes d'efficacité font gonfler les coûts. Par conséquent, les exportateurs canadiens pourraient juger préférable de se concentrer d'abord sur certaines régions plutôt que d'essayer de couvrir tout le pays. Comme les produits importés sont généralement plus populaires dans les centres urbains où vit 80 p. 100 de la population, ces agglomérations sont probablement les meilleures cibles pour nos exportateurs.

Les deux canaux de distribution privilégiés par les fabricants étrangers sont leurs propres agents des ventes et les grossistes du secteur de l'alimentation. Il existe deux types d'agent des ventes en République de Corée. Dans le premier cas, l'agent n'assume pas la responsabilité de la marchandise, mais a plutôt pour fonction de conclure des ventes pour le produit contre une commission versée par l'exportateur une fois que le paiement est reçu de l'acheteur. Cet agent peut représenter d'autres produits non concurrentiels et peut demander d'être le représentant exclusif pour un territoire. Dans le deuxième cas, il s'agit d'un distributeur étranger qui achète le produit à rabais et en contrôle la commercialisation, les prix au détail et la distribution. Le distributeur étranger a un réseau établi et est responsable des stocks qui lui sont vendus. Il peut remballer et vendre le produit sous sa propre marque.

Le mode de transport le plus fréquemment utilisé pour les produits laitiers sont les camions frigorifiques. Cependant, l'infrastructure routière est sous-développée. Avec l'augmentation des quantités importées, cette infrastructure inadéquate fait monter les coûts de distribution du fait de la densité de la circulation routière. Dans les grandes villes, les autoroutes sont insuffisamment développées pour répondre à l'augmentation de la densité de la population.

Il y a trois principaux ports de mer sur la côte ouest (Inchon, Kunsan et Nokpo, Inchon étant le plus important) et quatre sur la côte méridionale (Pohang, Ulsan, Pusan, et Masan, Pusan étant le port principal) (voir carte sur la première page). Dans ces ports, on trouve plus d'une centaine d'entrepôts de douanes homologués autorisant une période de stockage maximale de 24 mois, et la capacité de manutention de la marchandise dépasse 295 millions de tonnes.

3. – ACCÈS AU MARCHÉ

3.1. – Procédures d'exportation

La présente section donne un aperçu de la documentation, des normes sud-coréennes et de la réglementation qui s'appliquent aux produits laitiers importés. Toutefois, les exportateurs canadiens ont intérêt à contacter leur agent ou distributeur en République de Corée pour obtenir l'information la plus à jour.

En ce qui concerne les exigences canadiennes, le futur exportateur doit être certifié à l'exportation par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) (voir annexe 6 pour les coordonnées) et doit remplir un certificat d'exportation fourni par l'ACIA. Quel que soit le type de produit laitier exporté, il faut obligatoirement que le certificat d'exportation soit signé par un vétérinaire. Les autorités de la république de Corée reconnaissent les normes sanitaires canadiennes et acceptent les certificats d'exportation canadiens.

Un produit laitier arrivant aux douanes sud-coréennes dont l'étiquette ne porte pas les renseignements demandés sera réétiqueté aux frais de l'exportateur dans l'entrepôt de douanes. Un autocollant peut remplacer l'étiquette, mais il ne doit pas être facilement détachable. Les renseignements exigés sont les suivants :

- nom du produit laitier;
- nom, adresse et numéro de téléphone de l'importateur;
- numéro d'enregistrement de l'entreprise d'importation;
- durée de conservation (la durée de conservation établie par le fabricant doit être indiquée et figurera directement sous la date de fabrication ou la date d'importation, le cas échéant);
- poids, volume ou nombre de morceaux (si un nombre de morceaux est indiqué, le poids ou le volume figureront entre parenthèses);
- nom et quantité d'ingrédients (les noms de plus de cinq matières premières doivent être énumérés par ordre décroissant de quantité et, parmi celles-ci, la quantité d'au moins trois ingrédients principaux doit être mentionnée en pourcentage);
- mises en garde et normes d'utilisation ou de conservation (dans le cas des produits qui doivent être conservés au froid, les températures doivent être indiquées);
- mises en garde sur la façon d'empêcher la détérioration (les produits et les boissons en conserve qui ont peu de chance de se détériorer sont exclus de cette exigence);
- quantité de calories et information nutritionnelle pour les suppléments de santé, les aliments nutritionnels spéciaux, les aliments prêts à manger, etc.

L'information donnée sur l'étiquette doit être fournie et dans la langue de l'exportateur et en coréen.

Voici une liste des normes d'étiquetage applicables à certains types de produits laitiers destinés à la République de Corée :

- Selon sa nature, le produit sera étiqueté « Lait », « Lait enrichi », « Lait recombinaison » ou « Lait additionné de bactéries lactiques ». Si le produit contient des bactéries lactiques ou du lait fermenté, il faudra le mentionner.
- Pour le lait enrichi, on mentionnera le nom et la quantité des ingrédients d'enrichissement. Si un fabricant souhaite mentionner qu'une bactérie précise a été ajoutée, il doit en indiquer le nom. Toutefois, le produit ne peut porter le nom de lait enrichi que si la teneur en vitamine A est d'au moins 2 000 U.I. et celle de la vitamine D, d'au moins 400 U.I.

- L'étiquette indiquera si le produit a été stérilisé ou pasteurisé et mentionnera la température du traitement et sa durée. On peut préciser si la pasteurisation a été réalisée par chambrage à basse température ou par une méthode rapide à haute température.

Lorsqu'ils exportent des produits alimentaires en République de Corée, les fournisseurs étrangers doivent détenir les documents suivants :

1. Licence d'importation

Une licence est nécessaire pour toutes les importations de produits laitiers, et elle n'est accordée qu'aux commerçants enregistrés. Les licences d'importation sont délivrées par la banque de change qui produit la lettre de crédit ou par le ministre du Commerce, de l'Industrie et de l'Énergie (voir annexe 6 pour les coordonnées). Chaque article importé nécessite une licence, bien qu'une licence d'importation puisse couvrir plusieurs envois et qu'un envoi puisse être visé par plusieurs permis. Si tel article n'est pas mentionné sur la licence d'importation, il ne peut être importé.

Les documents du vendeur doivent correspondre en tout point à la licence d'importation. Toute modification apportée au modèle, au type, aux particularités ou au mode de production d'un produit après l'obtention d'une licence d'importation pourrait l'invalider.

Afin d'obtenir une licence d'importation, les distributeurs doivent d'abord ouvrir une lettre de crédit et remplir une facture pro forma.

a) Facture pro forma – contient les renseignements suivants :

- description complète des marchandises (poids, quantité, etc.);
- valeur FAB des marchandises;
- certificats d'assurance et de fret.

La facture pro forma est délivrée en trois exemplaires et autorisée par la Chambre de commerce du pays d'origine ou du pays de destination. Deux copies sont remises au Consulat de la République de Corée à des fins juridiques et la dernière va à la Chambre de commerce.

2. Certificat d'analyse

Tous les produits laitiers sont assujettis à une inspection sanitaire réalisée au moyen d'analyses de laboratoire (voir annexe 5 pour connaître ces analyses) par le Service national de recherche vétérinaire et de quarantaine (SNRVQ) (voir annexe 6 pour les coordonnées) relevant du ministère de l'Agriculture et des Forêts. Le premier envoi est toujours soumis à une inspection précise comportant une durée maximale d'analyse de 18 jours.

Une fois les analyses du SNRVQ terminées, un certificat d'analyse est délivré.

a) SNRVQ – a besoin de l'information suivante pour chaque analyse réalisée :

- Formulaire de demande – 1 exemplaire;
- Échantillon de produits – 4 échantillons pour chaque produit;
- Renseignements sur les ingrédients (liste des principaux ingrédients par pourcentage) – 1 exemplaire;
- Résultats des analyses déjà réalisées – 1 exemplaire;
- Procédé de fabrication – 1 exemplaire.

3. Documents d'expédition

Un connaissement aérien ou maritime doit être présenté aux douaniers par l'agent ou le distributeur du fournisseur étranger afin de permettre l'entrée des marchandises en sol sud-coréen. Le dédouanement est une procédure de un ou deux jours :

a) Liste de colisage

- une copie incluse dans l'emballage approprié et une jointe aux autres documents. Doit porter une description complète et concise des articles compris dans l'envoi;

b) Certificat d'origine

- trois copies doivent être certifiées par la Chambre de commerce soit du pays d'origine, soit de la République de Corée et être remises au Consulat de la République de Corée. Le mode de paiement doit figurer sur le certificat. Si ce n'est pas par lettre de crédit, il faut le mentionner. Si c'est par lettre de crédit, le numéro de crédit doit être indiqué, et une copie de la lettre de crédit doit être jointe. Le certificat d'origine doit inclure les renseignements suivants :

- description de la marchandise,
- quantités,
- valeur,
- nom et adresse de l'importateur,
- nom et adresse de l'exportateur,
- marques et numéro,
- nom du transporteur.

c) Facture commerciale

- doit être signée et délivrée par le vendeur. Au moins trois copies doivent être certifiées par la Chambre de commerce soit du pays d'origine, soit de la République de Corée, qui en conservera une dans ses dossiers. Deux copies de la

facture et du certificat d'origine doivent ensuite être approuvées par le Consulat au coût de 2 \$ par document. Le Consulat en gardera une et retournera le document original. À noter que le certificat d'origine doit être joint à la facture commerciale.

Les caisses d'expédition doivent porter la mention du destinataire, y compris la marque de port, et doivent être numérotées à moins que le contenu des colis soit facilement identifiable sans ces numéros. Les mentions ou marques exigées sont les suivantes :

- destinataire;
- numéro de contrat;
- utilisateur final;
- port de déchargement;
- numéro de l'article et, au besoin, numéros consécutifs des colis;
- description de la marchandise;
- poids net et brut, mesures cubiques;
- marques des expéditeurs et/ou marques de commerce, marques de mise en garde (au besoin) et toute autre inscription exigée par le contrat.

La déclaration de l'importateur doit être approuvée par les douanes avant que les marchandises ne soient libérées. Le douanier coréen délivre ensuite un certificat de déclaration autorisant la libération des marchandises. Un système de paiement après dédouanement a été instauré en 1996, qui permet à l'importateur de payer des droits de douane dans les 15 jours suivant l'acceptation de sa déclaration par le receveur des douanes. Cette opération peut se faire au complet par système d'interface de données électroniques, ce qui accélère le dédouanement.

D'autres exigences s'appliquant aux importations de produits laitiers visent les marchandises qui sont distribuées en emballages différant de ceux dans lesquels elles sont apparues au dédouanement. Chaque article nécessite une étiquette séparée d'emballage intérieur.

En 1997, le gouvernement de la République de Corée a adopté un loi permettant aux détaillants d'avoir la maîtrise de la durée de conservation des produits importés, alors qu'auparavant, c'était lui qui établissait toutes les normes. Toutefois, il recommande que la durée de conservation pour les produits laitiers pasteurisés soit de cinq jours à une température de 0 à 10 °C et celle des produits stérilisés, de sept semaines.

Les fournisseurs canadiens doivent être conscients de l'importance des questions de santé pour les consommateurs sud-coréens. Bien que des renseignements nutritionnels ou reliés à la santé ne soient pas exigés sur l'étiquette par la République de Corée, il est recommandé d'en fournir pour éclairer les consommateurs. Les fournisseurs canadiens doivent aussi veiller particulièrement à ce que toute la documentation qui se rapporte aux produits laitiers importés soit complète et exacte. Ces documents étant examinés scrupuleusement, le moindre écart peut être un motif de refus d'entrée.

3.2 Tarifs et droits

La République de Corée assujettit certains produits laitiers à des contingents tarifaires (CT). Ces contingents instituent deux paliers de droits. Le premier palier prévoit des droits peu élevés s'appliquant à une certaine quantité d'importations qui entrent dans la République de Corée (droits « intra-contingent »). Une fois cette quantité atteinte, les importations sont soumises à un taux beaucoup plus élevé (droits « hors contingent »). Le tableau 15 montre les contingents tarifaires appliqués aux produits laitiers importés pour 1999 et 2000.

Tableau 15 - Contingents tarifaires de la République de Corée

Description du produit		Année	Quantité établie pour le CT	Droits d'importation intra-contingent NPF	Droits d'importation hors contingent NPF
0402.10 0403.90.10	Poudre de lait écrémé	1999	805 tonnes	20 %	200,4 %
		2000	850 tonnes	20 %	195,6 %
0402.21 0402.29	Poudre de lait entier	1999	446 tonnes	40 %	200,4 %
		2000	471 tonnes	40 %	195,6 %
0402.91 0402.99	Autres types de lait et crème	1999	101 tonnes	40 %	94,6 %
		2000	113 tonnes	40 %	93,4 %
0404.10	Poudre de lactosérum	1999	36 881 tonnes	20 %	77,0 %
		2000	40 352 tonnes	20 %	71,5 %
0405.10 0405.90	Beurre	1999	326 tonnes	40 %	94,6 %
		2000	344 tonnes	40 %	93,4 %

Source : Liste LX de la Corée et notifications de la Corée à l'OMC

La Korea Dairy Industry Association (Association de l'industrie laitière de la Corée ou KDIA) administre les contingents tarifaires de poudre de lait écrémé, de poudre de lait entier, d'autres types de lait, de crème et de beurre pour le compte du ministère de l'Agriculture, des Forêts et des Pêches de la Corée. La KDIA délivre aussi des permis pour ces allocations.

Ces contingents tarifaires sont généralement attribués aux soumissionnaires offrant les prix les plus élevés aux ventes aux enchères de contingents organisées par le Livestock Products Marketing Organization (Bureau de commercialisation des produits de l'élevage). Aucune qualification n'est requise pour participer aux enchères. Les producteurs de caséine peuvent aussi obtenir une partie du contingent tarifaire appliqué à la poudre de lait écrémé, laquelle est déterminée en fonction du volume des importations antérieures. Le contingent tarifaire relatif au beurre est réparti entre les importateurs de longue date, selon leur performance antérieure.

Le contingent tarifaire s'appliquant à la poudre de lactosérum est administré par la KDIA et la Korea Feed Milk-Substitute Association (Association coréenne de succédané de lait utilisé pour l'alimentation des animaux ou KFMA) pour le compte du ministère de l'agriculture, des Forêts et des Pêches de la Corée; la KDIA et la KFMA délivrent toutes deux des permis pour ces allocations. Ce contingent tarifaire est réparti entre deux groupes. Premièrement, la KDIA assure la répartition pour le groupe des transformateurs de lait en fonction de leur production antérieure. Dans le cas des nouveaux venus, les contingents peuvent être répartis en tenant compte des quantités allouées aux importateurs de longue date de capacité comparable. Deuxièmement, la KFMA voit à la répartition pour le groupe des transformateurs de succédané de lait pour l'alimentation animale selon l'ordre d'arrivée. Pour tous ces produits, les répartitions de contingents sont en vigueur pour une année civile, et les permis sont habituellement valides pour 90 jours.

Au sein de l'Organisation mondiale du commerce, lorsque les pays acceptent d'ouvrir leur marché au commerce des biens, y compris des produits alimentaires, leurs engagements ont force obligatoire. Dans le cas des biens, ces engagements signifient que des plafonds sont imposés aux droits de douane. Il arrive parfois que les pays assujettissent les importations à des taux inférieurs aux droits consolidés. Le tableau 16 montre le taux consolidé applicable à la nation la plus favorisée (NPF) que la République de Corée applique aux produits laitiers.

Tableau 16 - Taux consolidé applicable à la nation la plus favorisée pour les produits laitiers

Description du produit		Taux NPF consolidé 1999	Taux NPF consolidé 2000
0401	Lait et crème, non concentrés ni additionnés de sucre ou d'autres édulcorants	42,3 %	41,1 %
0403	Lait et crème caillés, yogourt, képhir et autres laits et crèmes fermentés ou acidifiés, concentrés ou non, additionnés ou non de sucre ou d'autres édulcorants, ou aromatisés ou additionnés de fruits, de noix ou de cacao	42,3 %	41,1 %
0406	Tous les types de fromage sauf	38,2 %	37,8 %
0406.10.20	Caillebotte	42,3 %	41,1 %
2105.00.10.10	Crème glacée ne contenant pas de cacao	57,3 %	56,6 %
2105.00.10.90	Autres types de crème glacée	29,6 %	28,3 %
3501	Caséine et dérivés de caséine	23,9 %	23,6 %

Source : Direction des politiques commerciales internationales, Agriculture et Agroalimentaire Canada

La République de Corée peut modifier son engagement, mais seulement après avoir entrepris des négociations avec ses partenaires commerciaux à cette fin, ce qui pourrait l'obliger à verser une compensation à ces derniers pour pertes commerciales. Le système de consolidation vise à rendre l'environnement commercial plus stable et plus prévisible.

4. – DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS

4.1. – Publicité et promotion des ventes

L'exportation de marchandises dans une nouvelle culture soulève des défis inusités pour les exportateurs canadiens de produits laitiers. Il est important, pour faire la commercialisation en République de Corée, d'élaborer de nouvelles idées et stratégies de mise en marché et de soigner l'image de ses produits. C'est en empruntant des canaux de publicité populaires, en présentant des emballages attrayants et en offrant une marchandise de qualité que les Canadiens feront connaître leurs produits. Aucun règlement précis ne régit l'emballage des produits laitiers, mais l'usage veut que les noms commerciaux se détachent en différentes couleurs sur fond blanc.

Les fournisseurs canadiens qui cherchent à faire connaître leurs produits laitiers en République de Corée auraient intérêt à contacter le Centre de congrès et d'expositions (COEX). Le Centre COEX offre de l'espace d'exposition pour la promotion de produits auprès de détaillants sud-coréens et internationaux à l'occasion de foires commerciales. Deux de ces foires où figurent les produits laitiers ont lieu chaque année en République de Corée, soit : la Foire internationale de la technologie alimentaire de Séoul, qui a lieu au mois d'avril au Centre COEX, et la Foire internationale des chaînes d'alimentation de Séoul, qui se déroule en octobre au KOTRA. Un nouveau centre d'exposition est présentement en construction à Pusan.

Les canaux de publicité de masse sont : la télévision, les journaux et les magazines d'affaires. Plus de la moitié de ces canaux appartiennent à l'État, le secteur privé possédant le reste. La République de Corée compte 23 grands quotidiens qui sont distribués partout au pays, y compris deux en anglais : *The Korea Herald* et *The Korea Times*. Treize de ces 23 quotidiens se trouvent à Séoul. La presse est une importante tribune publicitaire. Ce pays offre aussi un large éventail d'hebdomadaires et de mensuels rédigés en coréen, dont le tirage rejoint entre 10 000 et 240 000 personnes.

Les détaillants coréens ne font pas de publicité pour des produits précis et exigent souvent du fournisseur qu'il paie la réclame. Les supermarchés et les grands magasins à rabais qui viennent de s'implanter offrent beaucoup plus d'espace de vente que les épiceries du coin, avant la concurrence entre marques de produits similaires. Ils imposent aussi des droits aux fournisseurs pour l'utilisation d'espace de vente et peuvent exiger de l'importateur qu'il fournisse du personnel pour aider à la vente du produit. La promotion des marques se fait aussi aux frais de l'importateur.

4.2. – Techniques de vente

Être représenté sur place est essentiel au succès de l'investissement étranger en République de Corée. Les contacts face à face avec les gens d'affaires sud-coréens sont très importants lorsqu'on veut se faire de nouveaux clients. L'entrée sur le marché et les relations d'affaires y reposent sur des liens personnels. À cause de la barrière linguistique et du réseau serré et bien établi de relations internes qui existe dans la société et le monde des affaires, il est extrêmement difficile de pénétrer ce marché sans être représenté par un agent coréen qualifié.

Lorsqu'il établit un premier contact avec des acheteurs potentiels en République de Corée, l'exportateur canadien doit veiller à fournir le plus d'informations possible sur ses produits. Les principaux renseignements et documents qu'il doit détenir lors du contact initial sont : des catalogues, des brochures, des échantillons, des listes de prix et la valeur nutritive de ses produits. Ce premier contact devrait être suivi d'une visite personnelle pour donner à l'agent potentiel de plus amples renseignements, comme les prix, le délai d'expédition, etc. Lorsqu'il choisit un agent, le fournisseur canadien a intérêt à vérifier son dossier d'affaires et sa réputation sur place.

Voici une liste de programmes spéciaux financés par l'État sud-coréen qui sont offerts aux fournisseurs étrangers désireux d'obtenir de l'information sur les marchés ou d'établir des franchises (voir annexe 6 pour les coordonnées) :

- Service d'agents et de distributeurs. – Programme de service à la commission visant à introduire de nouveaux exportateurs dans un réseau bien établi de contacts dans le domaine de l'industrie. Le personnel local prospecte les industries et associations professionnelles sud-coréennes pour dresser une liste des personnes qui pourraient se qualifier comme représentants auprès des détaillants.
- Association coréenne du commerce international. – Service gratuit servant à fournir aux sociétés étrangères ou nationales de l'information générale sur les contacts dans l'industrie.
- Centre coréen de service d'investissement. – Branche de l'Association commerciale coréenne, qui offre des services à commission visant à aider au développement économique basé sur les exportations en République de Corée. Indique aux intéressés les conditions à respecter dans la procédure d'importation, les aide à trouver des partenaires sur place ainsi qu'à localiser les endroits optimaux où investir au pays.
- Association des agents commerciaux étrangers de Corée. – Aide à augmenter les importations en Corée en organisant chaque année des délégations d'acheteurs dans de grands centres à travers le monde. Elle organise aussi des réunions mensuelles entre les agents membres et les services commerciaux étrangers de diverses ambassades en Corée. Le Canada n'est pas un pays cible de ces délégations en 1999.
- Agence coréenne de promotion des investissements. – Organise et coordonne des foires commerciales au Centre d'expositions commerciales de Corée et fournit de l'information sur les marchés aux sociétés étrangères qui souhaitent investir dans le pays.

5. – CONCLUSION

La population nombreuse (45 millions de personnes) de la République de Corée et son marché des produits laitiers sous-développé mais en pleine expansion laissent entrevoir un énorme potentiel pour les exportateurs de produits laitiers canadiens. En 1998, 1,5 p. 100 seulement de ses importations étaient des produits alimentaires. Et, parmi ces importations, les produits laitiers n'en représentaient que 10 p. 100.

Avec l'appui accordé par l'État sud-coréen au développement de l'investissement étranger et avec la déréglementation des obstacles commerciaux, l'accès à ce marché pour les produits laitiers s'ouvre graduellement. L'occidentalisation croissante des goûts des consommateurs, surtout chez les jeunes, et l'augmentation notable du nombre de familles à double revenu créent des opportunités pour les produits laitiers à valeur ajoutée tels que la crème glacée ou le fromage dans les secteurs des restaurants, de l'alimentation fine et de la restauration rapide.

ANNEXES

ANNEXE 1. – PRIX DE DÉTAIL POUR LES PRINCIPAUX PRODUITS LAITIERS

Étude réalisée dans un magasin d'alimentation de Séoul en mai 1999.

(1 won = 0,0012 \$ CAN, mai 1999)

Produit	Format	Valeur en won	Valeur en \$ CAN
Yogourt	Bouteille de 150 ml	700-800	0,89 - 1,01
Lait nature	Berlingot de 200 ml	450-500	0,57 - 0,63
Lait nature	Berlingot de 500 ml	850	107
Yogourt Yoplait*	Berlingot de 150 g	550	69
Beurre	453 g	4 700	591
Fromage	Fromage fondu de 200 g	2 600	327

Source : Ambassade canadienne à Séoul

* Yoplait est une marque de commerce d'un yogourt fabriqué sous licence française

ANNEXE 2. – FABRICANTS RÉPUBLIQUE DE CORÉE DE PRODUITS LAITIERS

Principaux fabricants sud-coréens de produits laitiers

<u>Fabricant</u>	<u>Adresse</u>	<u>Téléphone</u>	<u>Télécopieur</u>
Séoul Dairy Cooperative	137-7 Sangbong-dong Chungrang-ku, Séoul	(011-82-2) 433-8157	(011-82-2) 491-8724
Maeil Dairy Company	162-1 Changchungdong-ska Chung-ku, Séoul	(011-82-2) 276-1551	(011-82-2) 276-1550
Nam Yang Dairy Company	18 Namdaemunro-1ka Chung-ku, Séoul	(011-82-2) 734-1305	(011-82-2) 733-4919
Haitai Dairy Company	380-2 Imok-dong, Changan-ku Suwon City, Kyonggido	(011-82-03) 3144-1191	(011-82-03) 31-257-5174
Bingrae Dairy Company	518 Apkujong-dong Kangnam-ku, Séoul	(011-82-03) 4660-8243	(011-82-03) 4660-8201
Lotte Milk Company	50-2 Chamwon-dong Socho-ku, Séoul	(011-82-2) 593-0122	(011-82-2) 593-0549
Hankuk Yakurt Milk Co.	28-10 Chamwon-dong Socho-ku, Séoul	(011-82-2) 3449-6000	(011-82-2) 3449-6657
Sam Yang Foods Dairy Business division	51-1 Susong-dong Chongno-ku, Séoul	(011-82-2) 940-3000	(011-82-2) 942-4354
Pasteur Milk Company	223-22 Sangdaewon-dong Chungwon-ku, Songnam City	(011-82-03) 42-739-3718	(011-82-03) 42-736-0095

ANNEXE 3. – ENTREPRISES DE FRANCHISE INTERNATIONALES

Entreprises de franchisage en République de Corée

1. Kentucky Fried Chicken (KFC):

Doosan Beverage Co. (groupe Doosan)

270 Yongji-dong, Chongno-ku, Séoul
YonKang Building
Tél. : (011-82-2) 708-5311
Télec. : (011-82-2) 747-0103
Contact : M. Han Il-Sung, président

Le Groupe Doosan est l'un des plus grands conglomérats coréens.

2. McDonald's: Shin Mc Corporation

198-42 Kwanhoon-dong, Chongno-ku
Séoul, Kwanhoon Building 14th Floor
Tél. : (011-82-2) 730-4741
Télec. : (011-82-2) 730-4751
Contact : M. Shin Un-Shik, président

3. Pizza Inn: Cho Yung Corporation

94-9 Nonhyun-dong,
Kangnam-ku, Séoul,
Tél. : (011-82-2) 511-1911
Télec. : (011-82-2) 511-9998
Contact : M. Lee Kwan-Shik, président

4. Pizza Hut: Pizza Hut Korea

(filiale de la société américaine Pizza Hut)

157-1 Samsung-dong, Kangnam-ku, Séoul,
Kado Building
Tél. : (011-82-2) 3468-0114
Télec. : (011-82-2) 539-6995
Contact : M. Kim Han-Yon, directeur général (président)

5. Domino's Pizza: DPK International Inc.

781 Yoksam-dong, Kangnam-ku, Séoul
Bumjin Building 4th Floor
Tél. : (011-82-2) 501-5902
Télec. : (011-82-2) 501-5900
Contact : M. Oh Kwang-Hyun, président

6. Wendy's Wool International : Winner's Burger

71-2 Nonhyun-dong,
Kwangnam-ku, Séoul
Tél. : (011-82-2) 549-5601
Télec. : (011-82-2) 548-6138
Contact : M. Kim Young-Il, président

7. Hardee's: (Sejin Foods System)

150-3 Samsung-dong,
Kangnam-ku, Séoul
Tél. : (011-82-2) 561-5631
Télec. : (011-82-2) 561-7277
Contact : M. Kim Chang-Hwan, président

8. Lotteria (groupe Lotte)

98-6 Kalwol-dong, Yongsan-ku, Séoul
Tél. : (011-82-2) 709-1030
Télec. : (011-82-2) 790-0834
Contact : M. Ahn Heung-Seok, président

Lotte est l'un des principaux conglomérats en Corée, qui se spécialise dans le secteur de l'alimentation.

9. Sizzler: TS Enterprise Company

3-14 Yangjae-dong, Socho-ku, Séoul

Tél. : (011-82-2) 529-4154

Télec. : (011-82-2) 574-6378

Contact : Lee Soo-Ik, président

10. Popeye's: TS Hamaro Company

7-23 Shinchon-dong, Songpa-ku, Séoul

Tél. : (011-82-2) 410-6281

Télec. : (011-82-2) 421-5888

Contact : M. Shin Kwae-Seung, président

11. Burger King: Il Kyung Foods

158-23 Samsung-dong,

Kangnam-ku, Séoul

Tél. : (011-82-2) 539-0529

Télec. : (011-82-2) 565-4633

Contact : M. Kang Dong-Jin, vice-président

**12. Saint Cinnamon Bakery:
Choungwoo General Foods**

825-22 Yoksam-dong,

Kangnam-ku, Séoul

Tél. : (011-82-2) 554-8600

Télec. : (011-82-2) 554-0305

Contact : M. Lim Man-In, président

**13. Tony Roma's: E-O Corporation
(groupe Tower Hotel)**

587-14 Shinsa-dong, Kangnam-ku, Séoul,

Donghyun Building 1st Floor

Tél. : (011-82-2) 3443-3500

Télec. : (011-82-2) 3443-2504

Contact : M. Choi Jong-Moon, président

ANNEXE 4. – NORMES ET EXIGENCES POUR LE LAIT**Produits laitiers transformés****1. – Définition**

Par lait, on entend du lait cru pasteurisé ou stérilisé, un produit laitier fait de lait cru que l'on a enrichi de vitamines et (ou) de minéraux, un produit laitier auquel des bactéries lactiques ont été ajoutées de façon aseptique après pasteurisation, ou un produit laitier transformé réduit à un produit semblable au lait cru.

2. – Exigences concernant la matière brute

- Le lait cru doit être conforme aux normes relatives au lait cru contenues dans la Loi régissant le traitement sanitaire de la viande et des produits laitiers.
- Les vitamines et les minéraux contenus dans le lait transformé doivent satisfaire aux normes et aux spécifications pertinentes.

3. – Normes de fabrication et de transformation

- Les machines et les appareils entrant en contact direct avec la matière brute doivent être faciles à nettoyer, être fabriqués d'un matériau résistant à la corrosion ainsi qu'être lavés et stérilisés avant et après usage.
- La transformation doit comprendre une étape de purification visant à enlever la matière étrangère ainsi qu'une étape d'homogénéisation ayant pour but de réduire le plus possible la grosseur des particules de matière grasse du lait.
- Si un agent d'enrichissement est ajouté au lait, il faudra choisir soigneusement le moment pour le faire, en tenant compte de la stabilité thermique et du risque de contamination par les microorganismes.
- La pasteurisation doit être réalisée par la méthode de chambrage à basse température (chauffage entre 63 et 65 °C pendant 30 minutes), la méthode rapide à haute température (chauffage entre 72 et 75 °C pendant 15 à 20 secondes), la méthode instantanée à ultra-haute température (chauffage entre 130 et 150 °C pendant 0,5 à 3 secondes), ou autre méthode comparable ou efficace.
- Immédiatement après la pasteurisation, la température des produits pasteurisés doit être ramenée à 10 °C ou moins.

- Les produits pasteurisés doivent être emballés immédiatement pour empêcher une recontamination par des microorganismes, tandis que les produits stérilisés doivent être emballés selon un procédé aseptique.
- Il est absolument interdit de mélanger d'autres produits aux produits laitiers. Toutefois, des substances semblables au lait cru ainsi qu'aux vitamines et aux minéraux peuvent être ajoutées au lait recombinaison et aux produits laitiers enrichis.

4. – Normes de composition des principales matières brutes

a) Définitions

- Lait : lait cru pasteurisé ou stérilisé.
- Lait enrichi : lait auquel ont été ajoutés des vitamines ou des minéraux.
- Lait recombinaison : lait transformé pasteurisé ou stérilisé réduit à un produit dont les composants sont semblables à ceux du lait cru.
- Matière sèche du lait : mêmes normes de composition que pour le lait entier.
- Lait additionné de bactéries lactiques : produit laitier fait de lait auquel des bactéries lactiques ont été ajoutées.

b) Normes de composition

- Lait, lait enrichi, lait additionné de bactéries lactiques : 100 % de lait cru (si ce n'est les bactéries lactiques et les agents d'enrichissement).
- Lait recombinaison : au moins 11 % de lait transformé (sous forme de lait entier solidifié).

5. – Spécifications relatives aux composants

- Caractéristiques : le produit sera un liquide blanc à jaunâtre opaque, dépourvu de saveurs et d'odeurs étrangères.
- Densité (à 15 degrés Celsius) : entre 1,028 et 1,034.
- Acidité (%) : 18 % au maximum (comme l'acide lactique).
- Teneur en matière sèche dégraissée : au moins 8,0 %.
- Teneur en graisse brute (%) : 3,0 %.

- Nombre maximal de bactéries : 40 000 par ml (dans le cas des produits stérilisés, les résultats d'analyse par la méthode classique de numération sur plaque doivent être négatifs après une période d'incubation d'une semaine à 55 °C ou de deux semaines à 37 °C; dans le cas d'un produit additionné de bactéries lactiques, il faut exclure celles-ci dans la numération).
- Nombre maximal de bacilles coliformes : 10 par ml (dans le cas des produits stérilisés, les résultats d'analyse doivent être négatifs).
- Teneur en phosphatase : les résultats d'analyse doivent être négatifs (ne s'applique qu'aux produits pasteurisés à basse température).
- Nombre minimal de bactéries lactiques : 1 000 000 par ml (ne s'applique qu'aux produits laitiers contenant des bactéries lactiques).

ANNEXE 5. – MÉTHODES D'ANALYSE**1. – Densité**

Placer l'échantillon dans un cylindre et attendre que les bulles d'air aient disparu. Mesurer la densité à l'aide d'un densitomètre de flottage. Si la densité est mesurée à une température autre que 15 °C, mais entre 10 et 20 °C, apporter les corrections voulues selon le tableau de rajustement de la densité du lait.

2. – Acidité

À un échantillon de 10 ml, ajouter 0,5 ml de phénolphthaléine servant de réactif et 10 ml d'eau ne contenant pas de gaz carbonique. Titrer avec de l'hydroxyde de sodium 0,1 N jusqu'à ce que la coloration rouge persiste 30 secondes.

3. – Teneur en matière sèche dégraissée

Déposer 15 g de sable de mer purifié et un bâtonnet de verre dans un tube de pesage dont le diamètre de la base mesure plus de 5 cm, et sécher à une température réglée entre 98 et 100° C jusqu'à ce que le poids demeure constant. Ajouter un échantillon de 5 g et faire chauffer dans un bain d'eau en brassant de temps en temps. Après l'évaporation de la majeure partie de l'eau, sécher de nouveau jusqu'à ce que le poids demeure constant et peser l'échantillon séché. Le pourcentage de l'échantillon moins la matière brute sera le pourcentage de matière sèche dégraissée.

4. – Teneur en graisse brute

- Réactif

- a) Acide sulfurique : La densité doit se situer entre 1,820 et 1,825 à 15 °C.

- b) Alcool amylique : La densité doit être de 0,81 à 15 °C, et le point d'ébullition se situera entre 128 et 132 °C. Il n'y aura pas non plus séparation des substances, p. ex. de la matière grasse dans une analyse générale utilisant 2 ml d'alcool amylique et 11 ml d'eau, que l'on laisse reposer durant la nuit comme dans le cas de l'analyse du lait.

- Analyse

À l'aide d'une pipette, mettre 10 ml d'acide sulfurique dans un butyromètre Gerber. À l'aide d'une pipette à lait, déposer délicatement 11 ml de l'échantillon sur l'acide sulfurique. Ajouter 1 ml d'alcool amylique et fermer avec un bouchon de caoutchouc. Bien agiter pour dissoudre l'échantillon. Mettre dans un bain d'eau chaude à 65 °C pendant 15 minutes. Séparer la couche graisseuse par centrifugation (de 3 à 5 minutes à une vitesse supérieure à 700 tours/minute). Plonger dans le bain d'eau chaude, puis mesurer la teneur en matière grasse extraite.

5. – Nombre de bactéries

Placer l'échantillon de façon aseptique dans un flacon stérilisé à large ouverture et agiter vigoureusement plus de 25 fois pour l'homogénéiser. À l'aide d'une pipette à lait et d'une bouteille de dilution stérilisées, diluer jusqu'à une concentration de un dixième ou de un centième. Compter les bactéries.

6. – Nombre de bacilles coliformes

Pour obtenir une solution diluée ou non diluée après l'analyse précédente servant à mesurer le nombre de bactéries, on procédera selon la méthode de numération sur gélose au désoxycholate de lactose.

7. – Teneur en phosphatase

- Réactif

- a) N-butanol neutre (point d'ébullition : entre 116 et 118 °C). Doit être incolore.

- b) Solution tampon de borate : Dissoudre 28,427 g de borax ($\text{Na}_2\text{B}_4\text{O}_7 \cdot 10\text{H}_2\text{O}$) dans 900 ml d'eau. Ajouter 3,27 g d'hydroxyde de sodium. Ajouter de l'eau pour faire 1 litre.

- c) Solution tampon du substrat : Mettre 0,5 g de phénylphosphate de sodium cristallin ($\text{C}_6\text{H}_5\text{PO}_4\text{Na}_2$) dans un petit tube d'essai et dissoudre avec de l'eau. Ajouter 0,5 ml de solution tampon de borate et bien agiter. Ajouter 0,04 ml du réactif B.Q.C. et brasser comme il faut. Laisser reposer 5 minutes. Si une coloration bleue apparaît, ajouter 2 ml de N-butanol et brasser comme il faut, puis extraire le pigment indophénol engendré. Après avoir laissé reposer pendant un certain temps, éliminer la couche supérieure de butanol. Au liquide qui reste, ajouter 100 ml de solution tampon de borate et de l'eau pour faire 1 litre. Cette solution ayant tendance à se dissocier, ne prélever que la quantité nécessaire et conserver le reste au congélateur. Le pH de cette solution est 9,6.

- Réactif B.Q.C : Dissoudre 40 mg de 2,6-dibromoquinone-4-chlorimide (B.Q.C.) dans 10 ml de méthanol ne contenant pas d'acétone. Mettre dans une bouteille opaque, fermer et conserver la bouteille au congélateur.

- Solution étalon

- a) Solution rouge : Dissoudre 59,59 g de cobalt ($\text{CoCl}_2 \cdot 6\text{H}_2\text{O}$) dans de l'acide chlorhydrique pour faire la solution de 1 litre.

- b) Solution bleue : Dissoudre 62,425 g de sulfate de cuivre ($\text{CuSO}_4 \cdot 5\text{H}_2\text{O}$) dans de l'acide chlorhydrique pour faire la solution de 1 litre.

- c) Solution jaune : Dissoudre 45,05 g de chlorure de fer ($\text{FeCl}_3 \cdot 6\text{H}_2\text{O}$) dans de l'acide chlorhydrique pour faire la solution de 1 litre.
- Prélever respectivement 0,4 ml, 1,5 ml et 0,5 ml des solutions rouge, bleu et jaune et ajouter 2,6 ml d'eau pour obtenir la solution étalon.
 - Analyse : Placer 0,5 ml de l'échantillon homogénéisé et 5 ml de la solution tampon de substrat dans un tube d'essai robuste. Mélanger comme il faut et garder chaud pendant 10 minutes dans un bain d'eau maintenu entre 40 et 42 °C. Ajouter 6 gouttes (0,12 ml) du réactif B.Q.C., bien agiter et laisser reposer la solution. Ajouter 5 ml de N-butanol et inverser le tube 10 fois. Mettre l'éprouvette dans une centrifugeuse et séparer les composants. Laisser reposer la solution, puis comparer la coloration de la couche supérieure d'alcool distincte et transparente à celle de la solution étalon. La coloration de la couche d'alcool ne doit pas être plus foncée que celle de la solution étalon.

8. – Nombre de bactéries lactiques

Procéder selon la méthode de numération convenue.

ANNEXE 6. – PERSONNES RESSOURCE

Pour de plus amples renseignements sur les possibilités d'exportation des produits laitiers canadiens au Chili, prière de communiquer avec l'un ou l'autre des contacts suivants :

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA

<u>Contact</u>	<u>Direction</u>	<u>Téléphone</u>	<u>Télécopieur</u>
<u>Dir. générale des services à l'industrie et aux marchés</u>			
<u>Aide à l'industrie</u>			
Léo Leclair Agent principal de commercialisation des produits laitiers leclairl@em.agr.ca	Direction des services à l'industrie agricole, Division de l'industrie animale, Section du secteur laitier	(613) 759-6274	(613) 759-6313
Florence Pelet Analyste des marchés et des politiques du secteur laitier peletf@em.agr.ca	Direction des services à l'industrie agricole, Division de l'industrie animale, Section du secteur laitier	(613) 759-6267	(613) 759-6313
<u>Information sur le pays</u>			
Murray Mitchell Agent de commerce international mitchellm@em.agr.ca	Bureau des marchés internationaux, Division de Asie Pacifique I	(613) 759-7719	(613) 759-7506
<u>Politique commerciale</u>			
Roseanne Hill Analyste des politiques commerciales hillr@em.agr.ca	Direction des politiques de commerce international, Division de l'hémisphère occidental	(613) 759-7718	(613) 759-7503

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA - BUREAUX RÉGIONAUX

<u>Contact</u>	<u>Lieu</u>	<u>Téléphone</u>	<u>Télécopieur</u>
<u>Dir. gén. des services à l'industrie et aux marchés</u>			
Mike Southwood	Alberta	(403) 495-5528	(403) 495-3324
Marg Bancroft	Colombie-Britannique	(604) 666-3054	(604) 666-7235
Faye Abizadeh	Manitoba	(204) 983-8622	(204) 983-4583

Agriculture et Agroalimentaire Canada, Direction générale des services à l'industrie et aux marchés

AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE CANADA - BUREAUX RÉGIONAUX

<u>Contact</u>	<u>Lieu</u>	<u>Téléphone</u>	<u>Télécopieur</u>
Bernard Mallet	Nouveau-Brunswick	(506) 452-3732	(506) 452-3509
Derek Banfield	Terre-Neuve	(709) 772-5907	(709) 772-4803
Janet Steele	Nouvelle-Écosse	(902) 893-0049	(902) 893-6777
Hilton Virtue	Ontario	(519) 837-5860	(519) 837-9782
Rollin Andrew	Île-du-Prince-Édouard	(902) 566-7315	(902) 566-7316
Sandra Gagné	Montréal	(514) 283-3815, poste 523	(514) 283-3143
Roy Gordon	Saskatchewan	(306) 780-7134	(306) 780-7360

AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS

<u>Contact</u>	<u>Lieu</u>	<u>Téléphone</u>	<u>Télécopieur</u>
<u>Accréditation à l'exportation</u>			
Jacques Dépault Agent officiel d'exportation des produits laitiers depaultj@em.agr.ca	Section des produits laitiers	(613) 225-2342	(613) 228-6632

AGENCE CANADIENNE D'INSPECTION DES ALIMENTS - BUREAUX RÉGIONAUX

<u>Contact</u>	<u>Lieu</u>	<u>Téléphone</u>	<u>Télécopieur</u>
Jim Muir	Alberta	(403) 292-4108	(403) 292-6629
Jim Trenholm	Prov. de l'Atlantique	(506) 851-7673	(506) 851-3700
Marie de Montigny	Colombie-Britannique	(604) 666-7793	(604) 666-1963
Cathy Sherbo	Manitoba et Saskatchewan	(204) 983-0810	(204) 983-5926
Ralph Plickert	Ontario	(519) 837-9400	(519) 837-9772
Daniel Dansereau	Québec	(514) 283-8888	(514) 283-1919

**MINISTÈRE DES AFFAIRES ÉTRANGÈRES ET DU COMMERCE
INTERNATIONAL**

<u>Contact</u>	<u>Lieu</u>	<u>Téléphone</u>	<u>Télécopieur</u>
David Hartman	Division de l'information sur les marchés	(613) 995-4209	(613) 943-8820
Directeur adjoint	Centre des études de marché		

**Agence canadienne de
développement international**

Rhonda Gossen	Programme de coopération industrielle	(819) 997-0561	(819) 953-5024
Gestionnaire de programme			

**Société pour l'expansion des
exportations**

Ken Hynes	Aide à l'exportation	(613) 598-3172 ou 1-888-332-4218	(613) 598-2525
-----------	----------------------	-------------------------------------	----------------

**Ambassade canadienne en
République de Corée**

M. Murray Pearson	45 Mugyo-dong, Jung-Ku	(011-82-2)	(011-82-2)
Conseiller (agriculture/alimentation)	10 th Floor Kolon Building	3455-6000	755-0686
Courriel :	Séoul 100-170, Corée		
murray.pearson@Séoul02.x400.gc.ca			

M. J.H. Kim
Agent commercial
Courriel :
jonghoon.kim@Séoul01.x400.gc.ca

MINISTÈRES ET ASSOCIATIONS DE LA RÉPUBLIQUE DE CORÉE

<u>Ministère</u>	<u>Adresse</u>	<u>Téléphone</u>	<u>Télécopieur</u>
<u>Ministère des Affaires étrangères et du Commerce</u>	77 Sejong-ro Chongro-ku, Séoul	(011-82-2) 720-3909	
<u>Ministère de l'Agriculture et des Forêts</u>	1, Choongang-dong, Kwacheon, Kyunggi	(011-82-2) 503-7210	
<u>Ministère du Commerce, de l'Industrie et de l'Énergie</u>	1 Joongang-dong, Kwachon, Kyoggi-Do	(011-82-2) 503-7171	(011- 82-2) 504-9496
<u>Bureau des Douanes et des Tarifs</u>	1 Joogang-dong Gwachun, Séoul	(011-82-2) 503-9296	(011-82-2) 503-9324
<u>Service national de recherche vétérinaire et de quarantaine</u>	San 23-4 Dungchon-2 dong Kangso-ku, Séoul	(011-82-2) 650-0600	(011-82-2) 650-6200
<u>Agence coréenne de promotion des investissements</u>	159 Samsung-dong, Kangnam-ku, Séoul	(011-82-2) 551-7378	(011-82-2) 5517381
<u>Association des agents commerciaux étrangers de Corée</u>	218 Hankangro 2-ka, Yongsan-ku, Séoul	(011-82-2) 792-1581	(011-82-2) 780-4337
<u>Chambre de commerce de Séoul</u>	45 Namdaemunno 4-ga Chung-gu, Séoul	(011-82-2) 757-0757	(011-82-2) 776-8213
<u>Centre coréen des congrès et des expositions</u>		(011-82-2) 551-1171	(011-82-2) 551-0117
<u>Association coréenne du commerce international</u>		(011-82-2) 551-5114	(011-82-2) 551-5100
<u>Centre coréen d'approvisionnement des restaurants et des hôtels</u>	168-26 Samsung-Dong Kangnam-Ku, Séoul	(011-82-2) 554-9092	(011-82-2) 554-9093
<u>Centre coréen d'approvisionnement des hôtels touristiques</u>			
Contact :			
M. Yoo Hyo-Hi, président	255-5 Numg-dong Kwangjin-Ku, Séoul	(011-82-2) 452-1766	(011-82-2) 452-7294